

# ESTUDIO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR DE LAS TELECOMUNICACIONES. CASO DE ESTUDIO EMPRESAS PROVEEDORAS DE INTERNET EN QUITO.

*Fabiola Mora Mulla, Diego Marcillo Parra, Darwin Aguilar Salazar.*  
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador, fabiola.mora.nsn@gmail.com  
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador, dmmarcillo@espe.edu.ec  
Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador, dlaguilar@espe.edu.ec

## RESUMEN

*El presente trabajo es un estudio para analizar en el estado de madurez en el que se encuentra la Responsabilidad Social Empresarial en una parte del sector de las Telecomunicaciones. Este sector puede ser considerado importante para llevar a cabo los objetivos enmarcados en la Constitución de la República del Ecuador para conseguir el "Buen Vivir". El sector de las telecomunicaciones forma una parte estratégica en este propósito. El estudio se basa en una encuesta dirigida a las empresas proveedoras de Internet en Quito que cuentan con una cantidad de usuarios considerable y algún tiempo presente en el mercado demostrando su estabilidad. A estas empresas se les aplicó un cuestionario que indaga la forma de proceder en temas centrales de la Responsabilidad Social, así como también aquellos factores que podría motivar a las empresas a ser calificadas como socialmente responsables. El estudio determinará las cuestiones acerca de la responsabilidad social que se consideran en las empresas y de acuerdo a ello también generar propuestas que permitan incrementar su desarrollo los cuales dependiendo de su factibilidad podrían aplicarse a más sectores que el del estudio.*

**Palabras Clave:** Responsabilidad Social Empresarial, Sector de Telecomunicaciones.

## ABSTRACT

*This paper aim is analyze the state of maturity in which is the Corporate Social Responsibility in a part of the telecommunications sector, this sector can be considered important to get the objectives under the Constitution of the Republic of Ecuador to get "Buen Vivir". The telecommunications area is a strategic part in this purpose. The study is based on a survey of companies providing Internet in Quito that have a considerable amount of users and time in the market showing their stability. To these enterprises a questionnaire was applied that investigates how to proceed in central themes of social responsibility, as well as those factors that would motivate companies to be classified as socially responsible. The study will determine the issues about the social responsibility that are considered in the companies and accordingly also generate proposals to increase its development which depending on its feasibility could be applied to others sectors.*

**KeyWords:** Corporate Social Responsibility, Telecommunication Area.

## 1. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de gestión, con cual las organizaciones gestionan sus operaciones en forma sustentable, generando valor en los niveles económico, social y ambiental, reconociendo los intereses y necesidades de distintos públicos con los que se relaciona. Por su parte el Estado desde su origen propio, busca promover e inducir leyes y principios que permitan la conducta responsables de los actores sociales con el fin de conseguir objetivos de igualdad y buen vivir, por ende el principal interesado en motivar acciones para conseguir que las empresas sean socialmente responsables.

Todos los sectores productivos, industriales, de servicios y otros, deben estar comprometidos con los linea-

mientos que buscan el “Buen Vivir” [41]. Para el caso del Sector de Telecomunicaciones el objetivo alineado a conseguir el Buen Vivir es buscar disminuir la brecha social y digital a través del buen uso de las tecnologías de la información y comunicación [3], en este caso el internet es el medio fundamental en la estrategia y por ende los operadores y prestadores del servicio pasan a ser la herramienta para dicha estrategia.

En este estudio se muestra el nivel de conocimiento acerca del tema de Responsabilidad Social Empresarial que se tiene al momento en las empresas que proveen el servicio de internet. Se indica específicamente el manejo del tema entre sus colaboradores, de igual manera se indica cuan comprometidos están con la comunidad y el medio ambiente, si están formando parte de los proyectos de desarrollo que tienen organismos del estado, así como las motivaciones que promueven o que podrían motivar el ser empresas socialmente responsables.

Finalmente del estudio se da las conclusiones que podrían motivar la mejora en el proceso de conseguir empresas socialmente responsables en este sector.

El resto del artículo se ha estructurado de la siguiente manera la sección 2 muestra toda la metodología para la realización del estudio, la sección 3 contiene el resultado del análisis una vez ejecutado el estudio, la sección 4 las propuestas a realizarse tras el estudio realizado, la sección 5 se refiere a los trabajos relacionados y finalmente la sección 6 las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación.

## **2. METODOLOGIA**

Para hallar el estado en que se encuentra la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas proveedoras de Internet en Quito se realiza una encuesta en la que se considera los principales tópicos del tema y aquellos que forman parte de la investigación para indicar los elementos que son considerados obstáculos o incentivos para conseguir ser empresas socialmente responsables.

### **2.1 Universo y Muestra de la Investigación**

Se consideró las estadísticas que presentó la SUPERTEL en marzo del 2013 sobre aquellas empresas que reportan sus actividades según la cantidad de usuarios que se han registrado, de esto se clasificó a aquellas empresas que registren más de 1000 usuarios debido a que indica una participación activa tiempo de estabilidad en el mercado. Con los criterios indicados se limita a una población de 18 empresas, por lo que no fue necesario aplicar la fórmula para calcular una muestra finita y se consideró encuestar al total del universo.

### **2.2 Mecanismo para la Investigación**

Se utilizó como mecanismo la encuesta para identificar los criterios acerca de la Responsabilidad Social practicadas en las empresas a través de un cuestionario que examina el estado en cada uno de ítems del concepto.

#### **2.2.1 Diseño del Cuestionario**

El cuestionario se diseño para poder resolver principalmente las preguntas siguientes:

- ¿Cuál es el nivel de conocimiento de la RSE en las empresas del sector de la Telecomunicaciones (Empresas Proveedoras de Internet)?
- ¿Qué aspectos de la RSE son considerados en las empresas (Empresas Proveedoras de Internet) en Quito?
- ¿Qué factores pueden contribuir para que las empresas consideren a la RSE como parte de su estrategia de negocio?

Es así que se consideró la encuesta enfocándose en los siguientes tópicos que puedan responder a las preguntas antes indicadas.

- Temas relacionados con el conocimiento del concepto y elementos de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Temas relacionados con los obstáculos e incentivos que pueden motivar a ser socialmente responsable.
- Temas relacionados con la ética.
- Temas relacionados con los proveedores.
- Temas relacionados con los trabajadores.

- Temas relacionados con la transparencia.
- Temas relacionados con la comunidad e inversión social.
- Temas relacionados con protección y preservación del medio ambiente.

### 2.2.2 Ejecución de la Encuesta

Es necesario indagar en las empresas, los departamentos responsables de manejar temas de Responsabilidad Social Empresarial o que se acerquen a manejar información del tipo de Responsabilidad Social, para dirigir la encuesta. En la siguiente figura se muestra el porcentaje de empresas que participaron en la encuesta del universo considerado para esta investigación y los departamentos que se encargan de estos temas, de ellos el 38,9% no participaron en las encuestas por diversas razones, el 33,3% que respondieron son aquellos dedicados al manejo de procesos en las empresas, el 16,70% son aquellas empresas que tienen un departamento específico para temas de Responsabilidad Social al que nombramos como Departamento de Sostenibilidad y un 11,10% son aquellos responsables del departamento de Talento Humano.

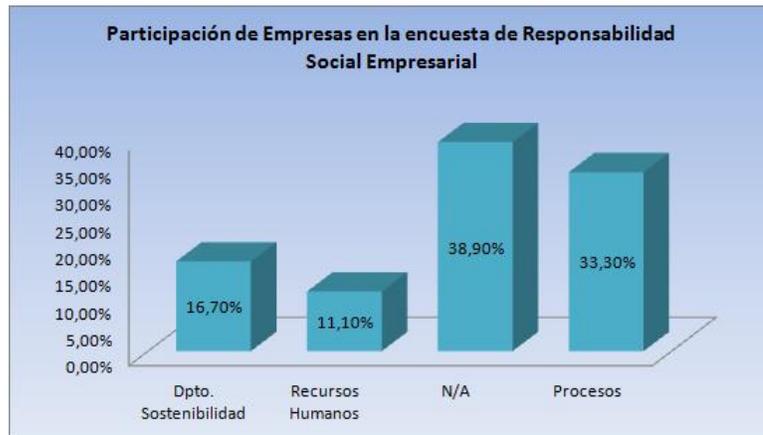


Fig. 1: Departamentos encargados de la Responsabilidad Social Empresarial.

### 2.2.3 Medios para realizar la Encuesta

Los medios para la realización de la encuesta basados en la disposición de quienes acceden a ser encuestados. La mayoría de los casos indicaron que la colaboración sería por medio digital (a través de correo electrónico), un porcentaje de ellos nos permitieron acercarnos personalmente lo que resulta muy valioso ya que nos otorgaron opiniones e ideas para las propuestas futuras.



Fig. 2: Medios a través de los cuales se respondió a la encuesta.

## 2.2.4 Procesamiento de las Encuestas

Para el procesamiento se usa un sistema de distribución de frecuencias y representaciones gráficas que sirven para una interpretación y análisis de la información recopilada. El programa que nos es de gran uso es **IBM SPSS Statistics Base 20** que es un sistema global para el análisis de datos.

Las preguntas realizadas en la encuestas son cerradas múltiples por lo que en el programa se procede a declarar una variable por cada respuesta y para el análisis se procede con la agrupación de variables que el programa permite y facilita para posteriormente realizar un examen de frecuencias, con lo obtenido del análisis se hace uso de Excel para las gráficas ya que se obtiene una mejor presentación.

En las siguientes figuras se indica una ejemplificación de lo realizado en el proceso.

	Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Columns
1	ID	Numeric	8	0	Empresa proveedor de Internet	{1, SI}...	None	8
2	P1_Entender_opcA	Numeric	8	0	P1_A_Velar por el bienestar de los grupos asociado...	{1, SI}...	None	8
3	P1_Entender_opcB	Numeric	8	0	P1_B_Contribuir con aquellas áreas que son priorita...	{1, SI}...	None	8
4	P2_ProyectosMintel	Numeric	8	0	P2_Conoce de proyectos o planes de desarrollo pro...	{1, SI}...	None	8
5	P3_Org_RSE_opcA	Numeric	8	0	P3_A_Instituciones Gubernamentales (Ministerios)	{1, SI}...	None	8
6	P3_Org_RSE_opcB	Numeric	8	0	P3_B_Red de redes de empresas que promuevan la RSE	{1, SI}...	None	8
7	P3_Org_RSE_opcC	Numeric	8	0	P3_C_Municipio	{1, SI}...	None	8
8	P3_Org_RSE_opcD	Numeric	8	0	P3_D_ONGs	{1, SI}...	None	8
9	P3_Org_RSE_opcE	Numeric	8	0	P3_E_Ninguno	{1, SI}...	None	8
10	P4_Elemento_opcA	Numeric	8	0	P4_A_Cumplimiento de las leyes vigentes	{1, SI}...	None	8
11	P4_Elemento_opcB	Numeric	8	0	P4_B_Derechos Humanos	{1, SI}...	None	8
12	P4_Elemento_opcC	Numeric	8	0	P4_C_Transparencia de la Información	{1, SI}...	None	8
13	P4_Elemento_opcD	Numeric	8	0	P4_D_Protección al Medio Ambiente	{1, SI}...	None	8
14	P4_Elemento_opcE	Numeric	8	0	P4_E_Respeto a los trabajadores	{1, SI}...	None	8
15	P4_Elemento_opcF	Numeric	8	0	P4_F_Apoyo al desarrollo comunitario	{1, SI}...	None	8
16	P5_VentajaDeRSE_opcA	Numeric	8	0	P5_A_Mejor imagen corporativa	{1, SI}...	None	8
17	P5_VentajaDeRSE_opcB	Numeric	8	0	P5_B_Mayor fidelidad de proveedores, clientes	{1, SI}...	None	8
18	P5_VentajaDeRSE_opcC	Numeric	8	0	P5_C_Conseguir un mercado sostenible	{1, SI}...	None	8
19	P5_VentajaDeRSE_opcD	Numeric	8	0	P5_D_Mejorar relación con la comunidad	{1, SI}...	None	8

Fig. 3: Creación y Definición de Variables en IBM SPSS Statistics Base 20.

**Multiple Response**

[DataSet1] D:\PERSONALES\Maestria\Tesis\2013\_proyecto\Desarrollo\Encuesta\_RSE\_FM\SPSS\_Encuestas\_Tabulación.sav

**Case Summary**

	Cases				Total	
	Valid		Missing		N	Percent
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$SPREG5*	11	100,0%	0	0,0%	11	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

**\$SPREG5\* Frequencies**

	Responses	Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$SPREG5*	P5_A_Mejor imagen corporativa	9	31,0%	81,8%
	P5_B_Mayor fidelidad de proveedores, clientes	5	17,2%	45,5%
	P5_C_Conseguir un mercado sostenible	7	24,1%	63,6%
	P5_D_Mejorar relación con la comunidad	3	10,3%	27,3%
	P5_F_Aumentar Competitividad	5	17,2%	45,5%
Total		29	100,0%	263,6%

Fig. 4: Análisis de frecuencias para las preguntas de la encuesta en IBM SPSS Statistics Base 20.

## 3. ANALISIS DE LA ENCUESTA

Del análisis de las respuestas otorgadas en la encuesta se obtienen los siguientes resultados:

- En los momentos actuales que vive el país, se puede denotar que los empresarios no se encuentran tan aislados del concepto de Responsabilidad Social, de alguna manera existe la concientización para ser partícipe en la construcción de una sociedad igualitaria. En este sector en específico, están consientes en que si la sociedad tiene acceso a la tecnología contribuye indudablemente en el desarrollo social, ambiental y económico de un país.

- Existe poca información o a su vez información incompleta que llega hasta los empresarios acerca de los proyectos que se desenvuelven en el país y se pierde la posibilidad de ser partícipes activos en su desarrollo.
- Tienen poco conocimiento de organizaciones o instituciones de los que pueden ser miembros para que les puedan orientar en la implementación de la Responsabilidad Social en sus empresas.
- En general hay poca información de los incentivos del Estado para empresas que sean socialmente responsables. Sin embargo muestran gran interés en que un incentivo interesante en este sector sería la financiación para promover la capacitación y la vinculación laboral de los recién graduados a las empresas.
- En general la Responsabilidad Social con visión hacia el exterior solo está en conceptualización al menos en este sector, en cuanto a su visión interna hay ciertos avances pero más que por ser responsables socialmente es por ser responsables con el cumplimiento de las leyes nacionales.
- Existe el interés por contribuir con la comunidad, más no existen mecanismos o programas que los vinculen directamente con los modos en los que pueden contribuir, sobre todo cuando el interés es colaborar con la asesoría técnica o de conocimiento en los que las empresas tienen experiencia.
- La contribución económica a un fondo tampoco es desechada por los empresarios, siempre que exista transparencia en el manejo y reconocimiento por lo logros alcanzados con dichos fondos.
- Las empresas de internet al menos no están considerando parte de sus presupuestos en actividades de responsabilidad social, precisamente porque la implementación de ello puede conllevar a elevados costos y al estar en apenas crecimiento no pueden aún considerarlo, además que no existe una evidencia que muestre que el ser socialmente responsables genere mercados sostenibles a largo plazo.
- Existe aún prevención en establecer vínculos de comunicación con los diferentes actores, sean estos sociedad civil o Estado, lo que aumenta la parcialidad y disminuye la capacidad de encontrar soluciones en conjunto en beneficio común.
- En cuanto a la temática ambiental para este sector es totalmente pobre el avance, tan solo existe la concientización al interior de las empresas, más no existen desarrollados programas sectoriales para contribuir con el mantenimiento ambiental.

#### **4. PROPUESTAS PARA PROMOVER LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.**

A continuación algunas ideas que surgen como propuestas tras la revisión de las opiniones obtenidas en el estudio.

##### **4.1 Investigación**

Impulsar la investigación y realización de estudios en temas de RSE<sup>1</sup> sobre todo en los que se evidencie que el implementar RSE como parte de la estrategia del negocio genera un mercado sostenible, estudios que logren hacer evidencia haría que la RSE resulte atractivo al empresario incluso para considerarlo desde el origen de la empresa.

Reservar espacios de diálogo entre empresas públicas y privadas del sector que en conjunto con organismos gubernamentales se logre analizar y proponer proyectos de desarrollo social inherentes al sector y cuya contribución sea más específica [39].

Elaborar indicadores de RSE (internos y externos) que midan y evalúen las características de actuación propias de un sector en específico y que estén acordes con la realidad del momento en el país. Esto permitiría que en diagnósticos generales de la Responsabilidad Social en el país se pueda detectar los sectores con menos evolución en el tema y se pueda tomar acciones inmediatas para ayudar en su desarrollo.

La Responsabilidad Social Empresarial incluirla como materia de estudio en las Universidades, de tal manera que exista formación profesional del tema, lo que contribuiría a una acelerada inserción de esta temática en las estrategias de negocios de las empresas y a largo plazo no se requiera de consultorías externas que por el momento representan altos costos y que las empresas no están dispuestas a mantenerlas.

##### **4.2 Alianzas y Redes**

Crear redes o alianzas entre empresas y organismos del estado de sectores específicos cuyo fin sea el promover acciones para el desarrollo y promoción de la RSE en un sector en particular (o a su vez las mismas cámaras de comercio a los que se asocian las empresas pueden contribuir con esta propuesta). De esta manera

---

<sup>1</sup> RSE: Responsabilidad Social Empresarial.

estas redes serían el intermediario para desarrollar programas que vinculen la comunicación directa con la sociedad civil para que ésta dé a conocer sus necesidades (relacionadas con el sector con el cual es el diálogo); y se establezca el medio para tomar acciones directas y en colaboración con la misma sociedad civil. [38]

A su vez las redes empresariales podrían documentar las buenas prácticas de RSE logradas para que puedan servir a las pequeñas y medianas empresas en su evolución en la temática de RSE.

### 4.3 Información y Difusión

Desarrollar bases de datos centralizados o a su vez sitios web que provea información sobre proyectos sociales inherentes al sector, donde los empresarios con interés en contribuir con la comunidad puedan revisar y ser partícipes de dichos proyectos, sobre todo en aquellos proyectos en los cuales su campo de acción sea explícito, de esta manera pueden contribuir con aquello en lo que tienen experiencia ya sea con técnica o de conocimiento [39].

Difundir y apoyar el desarrollo de una estrategia comunicacional que muestre las experiencias de RSE de los diferentes sectores y hacerlo público. Esto como una forma de motivación y como evidencia de los logros que pueden obtenerse.

### 4.4 Políticas Públicas

Algunos países han tenido éxito con sus diferentes formas de promover la RSE y que de alguna manera podría ser considerada en los diferentes sectores que operan en el Ecuador.

#### 4.4.1 Pautas Voluntarias

Las pautas voluntarias pueden evidenciarse de las siguientes formas:

**Mecanismos de Certificación:** es uno de los métodos que han adoptado países como Brasil y México, los cuales son otorgados a empresas que implementan los principios publicados de RSE [38], de esta manera se hace conocer a la sociedad en general de sus países a empresas que están socialmente comprometidas. Este tipo de mecanismo se puede ver que en el Ecuador también se está llevando a cabo, pero falta mecanismos adecuados de difusión y estrategias para hacer que todos los sectores productivos y de servicios sean parte de este tipo de merecimientos; actualmente en el Ecuador este tipo de certificaciones está muy enfocado a los sectores productivos dejando de lado sectores de servicios a los cuales también se podría buscar informarlos y motivarlos.

**Fondo común para desarrollo social:** Perú es el país de ejemplo para este tipo de pauta, donde en conjunto con el gobierno algunas empresas de un sector en particular han establecido en forma conjunta un fondo para el desarrollo comunal [38], donde aportan una parte de sus utilidades antes de la declaración de impuestos. En algunos gobiernos se desarrolla pautas para asuntos específicos dirigidos a problemas tales como equidad de género e inversión de fondos de pensiones de trabajo. Estas pautas podrían ser ideas sugerentes para adoptar en los diferentes sectores económicos del Ecuador no sin antes realizar los adecuados estudios de los impactos considerando la realidad actual de cada uno de estos sectores.

En el Ecuador, específicamente en el sector de las telecomunicaciones, existe un tipo de fondo llamado FO-DETEL el cual es reservado para los proyectos que emprende el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, sin embargo aquellos que aportan son solo una parte del sector, habría que revisar y estudiar las causas por las que no se hace de todo el sector partícipe de dicho fondo o ampliar las opciones de participación de las empresas, es decir buscar una estrategia en la que o bien puedan aportar económicamente a algún fondo o ser partícipes directos de los proyectos sin dejar de lado también el incentivar de alguna manera por esta participación. Con esta pauta mejor desarrollada y difundida probablemente se lograría obtener los objetivos nacionales de este sector de una manera más efectiva.

#### 4.4.2 Estándares Obligatorios

Algunos países han optado medidas obligatorias para conseguir que las empresas sean socialmente responsables como ejemplo el siguiente caso:

**Reportes de asuntos sociales y ambientales:** Suecia es uno de los países donde se busca motivar e influenciar la conducta de los sectores privados mediante acciones en los sectores públicos [38], es así que promulgó una ley donde se exige a todas las empresas estatales a informar sus acciones sociales y ambientales mediante reportes estándar tales como los que emite el Global Reporting Initiative. Esta alternativa podría ser

ampliamente considerada en el Ecuador ya que existen casos en los que las empresas buscan contribuir con la comunidad pero no tienen conocimiento de la forma de presentar un reporte de este tipo de acciones, no se puede dejar de lado que actualmente en el Ecuador es una temática en principios de evolución por lo cual probablemente sea necesario primero desarrollar formación profesional.

Con frecuencia tanto las pautas voluntarias como los estándares obligatorios han sido el resultado de diálogos continuos de los sectores privados, organismos gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil lo que da como resultado el poder acordar y publicar principios para la implementación de la RSE. Generalmente estas pautas voluntarias o estándares obligatorios marcan principios de transparencia, rendición de cuentas y derechos laborales. Se considera este mecanismo como una buena herramienta para crear conciencia de la RSE en el público en general y conllevar a que en adelante se pueda exigir a todos los sectores públicos y privados a que tengan prácticas socialmente responsables [38].

#### **4.4.3 Promover la RSE como forma de aumentar el comercio y la competitividad**

Las medidas que han adoptado algunos países como Brasil y Canadá podrían ser considerados como mecanismos en los diversos sectores del Ecuador; estas medidas han considerado buscar estimular en forma más fuerte y explícita la RSE. Son los distintos organismos gubernamentales los que promueven los esfuerzos por aumentar el comercio y la competitividad en una forma socialmente responsable. Por ejemplo países como Brasil, a través del Servicio Brasileño de apoyo a la micro y pequeña empresa busca estimular el crecimiento de las mismas impulsando la adopción de prácticas responsables de negocios. A su vez Canadá, a través de sus agencias gubernamentales promueve la RSE tanto localmente como a nivel internacional como forma de aumentar el comercio y la inversión extranjera en el país [38]. Han desarrollado sitios web amistosos con el usuario donde brinda información y enlaces a herramientas para que las empresas puedan promover sus actividades de RSE. El uso de las embajadas en el extranjero son consideradas como medio para mantener diálogos sobre RSE y la conducta de estas empresas en los países donde operan.

#### **4.4.4 Fondos Gubernamentales.**

Trata de asignar fondos gubernamentales para usarse en la implantación de programas de RSE basando sus decisiones en función del cumplimiento de diversas pautas éticas.

Brasil es el ejemplo donde aplica este tipo de política, es así que el Banco Nacional de Desarrollo Económico de Brasil tiene un código ético de decisión que aplica a todas las personas e instituciones con las que hacen negocio, la exigencia es básicamente el cumplimiento de los códigos laborales del país, los contratos incluyen cláusula social que exige el cumplimiento de leyes contra el trabajo infantil, trabajo forzado y la discriminación.

Otro ejemplo es Suecia donde la Agencia de Desarrollo Empresarial desembolsa fondos para pequeñas y medianas empresas a fin de promover la RSE mediante la creación de herramientas de desarrollo empresarial.

Por su parte México cuenta con un programa de apoyo a la pequeña y mediana empresa donde el gobierno trabaja con organizaciones especializadas en RSE de tal manera que las PYMES pueden solicitar consultoría a estas organizaciones y el gobierno cubre con hasta un 70% de los costos [38].

Estos mecanismos adoptados en estos países han contribuido a mejorar la relación entre el gobierno y las empresas. Sin embargo para tomar este tipo de mecanismos también se debería desarrollar formas de verificación de cumplimientos o evaluación ya que de no contar con estas herramientas dificulta la cuantificación de los beneficios de esas políticas. Considerando que para emprender este tipo de programas se requiere en algunos casos de subsidio de los gobiernos se debería analizar la capacidad de hacerlo y revisar si podrían estar considerados estos fondos en el presupuesto general del Estado.

### **4.5 Reformas Legales**

En el Ecuador existen algunos mecanismos para motivar a que las empresas sean socialmente responsables, actualmente se ha emprendido campañas que incentivan al sector productivo y que de alguna manera sus resultados servirán para ampliar hacia otros sectores, pero para ello también se requiere que éstos se encuentren pendientes y de alguna manera exijan la atención del Estado y a su vez también contribuyan con los proyectos que se desarrollan.

Lograr captar la atención de los empresarios emprendiendo estrategias de comunicación para difundir otras formas de incentivo que existen, tales como aquellos que se indican en el código de la producción o los diferentes incentivos tributarios indicados por el Servicio de Rentas Internas.

## 4.6 Consideraciones Ambientales

Con respecto a la responsabilidad con el ambiente, al momento existen pautas para motivar a que las empresas contribuyan con el mantenimiento ambiental. Para el caso del sector de las telecomunicaciones es necesario que se emprenda y difunda con mayor énfasis programas para manejo de residuos tecnológicos, incluso se podría pensar en proyectos para crear plantas de desecho tecnológico que actualmente no existen en el país y que indudablemente sería de gran contribución y seguramente habría gran participación puesto que muchas empresas no tienen como deshacerse de los desechos que generan.

Finalmente, a pesar de todos los mecanismos o incentivos que puede haber para motivar a los empresarios que sean socialmente responsables, se debería apelar a la concientización de cada uno de ellos por lograr mejorar las condiciones del país visualizando a largo plazo el bien común.

## 5. TRABAJOS RELACIONADOS

Al momento no existen trabajos relacionados con un estudio de Responsabilidad Social Empresarial enfocado en un sector en específico como el sector de las telecomunicaciones menos aún aplicado a empresas proveedoras de Internet en Quito.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Queda demostrado que evidentemente las empresas de este sector de las telecomunicaciones están en etapa de surgimiento, por lo que su principal interés es la rentabilidad, saben que el implantar en su estrategia de negocios programas de responsabilidad social implicaría que deberían asumir costos y separar parte de su presupuesto para este tipo de programas lo que por el momento no están dispuestos a revisar, de hecho el estudio en una pregunta en particular indica claramente que habría interés siempre que el Estado contribuya de alguna manera con sus intereses.

De la investigación se puede concluir que el nivel de conocimiento de la RSE en las empresas del sector en estudio, es básico, es decir al momento el ser responsable socialmente es contribuir con el cumplimiento de las normas y leyes nacionales. La visión de responsabilidad social está considerada solo en el ámbito interno, más la gran mayoría no tiene acciones en el ámbito externo de la responsabilidad social, la participación o interés por la comunidad o por proyectos de desarrollo social son de poco interés. Lo que existe al momento es un nivel de concientización pero que no los lleva a tomar acciones firmes de cooperación con la comunidad. Esto se debe en parte también a que se mantiene cierto recelo para comunicarse con otros actores de la sociedad (Estado y sociedad civil).

Entre los factores que pueden contribuir a que las empresas consideren a la RSE como parte en su estrategia de negocios están:

- Que existan pruebas fehacientes de que el ser socialmente responsable genere mercados sostenibles a largo plazo.
- Necesariamente el Estado debe contar con mecanismos de apoyo ya sea con financiación o incentivos tributarios para las empresas que estén interesadas en implantar la RSE en sus negocios.
- Sean reconocidos públicamente por los proyectos en los que hayan aportado ya sea directamente o mediante aportaciones.
- Existencia de mecanismos de comunicación y transparencia.

No existen estudios de sectores específicos relacionados con la temática, muchos de los estudios que se han realizado a generado conclusiones generales por lo que resultaría interesante que se pueda realizar y analizar de manera más profunda la evolución de cada una para lograr en principio tomar acciones específicas y después acciones generales.

Entre las mismas organizaciones del Estado no se difunde adecuadamente la información acerca de los diferentes programas que tienen para promover la RSE, por lo que tras la investigación se puede concluir que ni los mismos funcionarios pueden dar acertada información y lo que queda es confiar en la información que muestran a través de sus páginas web lo que da cierta sensación de desconfianza, la misma que probablemente se genere entre los empresarios; la principal recomendación en este punto es por tanto difundir la información correcta entre los organismos estatales quienes son considerados ejemplos hacia los demás .

Se propone que podría realizarse a futuro un estudio acerca de las evidencias que existan de la sostenibilidad de mercados una vez que las empresas sean socialmente responsables, probablemente no se podría realizar ejemplos ecuatorianos pero de pronto si en países como los europeos donde esta temática ya ha evolucionado de algunos años, resultaría interesante por lo que podría ser base para motivar al empresariado a ser so-

cialmente responsable sin que exista dependencias de incentivos de momento, si no que su incentivo será saber que a largo plazo sus negocios se mantendrán en el mercado con buena rentabilidad.

Un planteamiento para un estudio futuro es que se diseñe políticas públicas creativas para la responsabilidad ambiental, ya que esta es uno de los puntos más olvidados en la consideración de la RSE.

Otro estudio que podría plantearse como tema a futuro es analizar los impactos de hacer una política pública específica de la RSE y como esta podría derivarse en los diferentes sectores del Estado.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] «¿Cuáles son los incentivos del código de la producción?» [En línea]. Available: [www.investecuator.ec/portal1/index.php?module=Pagesetter&func=viewpub&tid=2&pid=107](http://www.investecuator.ec/portal1/index.php?module=Pagesetter&func=viewpub&tid=2&pid=107).
- [2] «Beneficios tributarios en Ecuador para empresarios que obtengan licencias ambientales,» 8 Julio 2012. [En línea]. Available: <http://www.andes.info.ec/es/econom%C3%ADa/4988.html>.
- [3] Ministerio de Industrias y Productividad, Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Quito: Registro Oficial N° 351, 2010.
- [4] Constitución de la República del Ecuador, Manabí: Registro Oficial 449, 2008.
- [5] «Ecuador en la Gobernanza de Internet,» 6 Junio 2012. [En línea]. Available: [http://supertel.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=608:articulo-ecuador-en-la-gobernanza-de-internet&catid=44:principales&Itemid=344](http://supertel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=608:articulo-ecuador-en-la-gobernanza-de-internet&catid=44:principales&Itemid=344).
- [6] Diario HOY, «Gobierno destina \$90.3 millones para la estrategia Ecuador Digital 2.0,» p. 1, 24 Mayo 2012.
- [7] Global Reporting Initiative, Guías para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, Oxford: Oxford University Press, 2006.
- [8] Gobierno de Chile, «Implementación de la Responsabilidad Social Corporativa en el sector de la Gran Minería y sus implicaciones Tributarias,» Comisión Chilena de Cobre, Cochilco, 2005.
- [9] «INTERNET USAGE STATISTICS,» Junio 2012. [En línea]. Available: <http://www.internetworldstats.com/>.
- [10] Servicio de Rentas Internas, Manual de Gasto Tributario, Quito, 2011.
- [11] Ministerio de Relaciones Laborales, Norma Técnica para la Certificación de la Calidad de Servicio, Quito: MRL-2012-0055, 2012.
- [12] «Objetivos de la Política Fiscal,» [En línea]. Available: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/objetivos-de-politica-fiscal>.
- [13] «Objetivos del GRI,» [En línea]. Available: <https://www.globalreporting.org/languages/spanish/Pages/default.aspx>.
- [14] «Políticas y Normas del Sector Público,» [En línea]. Available: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/politicas-y-normas-del-sector-publico/>.
- [15] «Red Pacto Global Ecuador,» [En línea]. Available: <http://www.pactoglobal.ec/>.
- [16] «Reglamento que beneficiará a los abonados de los servicios de telecomunicaciones e internet,» 17 Julio 2012. [En línea]. Available: <http://www.telerama.ec/videos?v=brqp7Q>.
- [17] «SRI-Incentivos y Beneficios,» 2010. [En línea]. Available: [http://www.sri.gob.ec/web/guest/incentivos-y-beneficios?p\\_p\\_id=88&p\\_p\\_lifecycle=1&p\\_p\\_state=normal](http://www.sri.gob.ec/web/guest/incentivos-y-beneficios?p_p_id=88&p_p_lifecycle=1&p_p_state=normal).
- [18] L. F. Aldunate y F. Peirano, Responsabilidad Social Empresarial en Chile: enfoque Interno, Santiago: Universidad de Chile, 2008.
- [19] H. Carrión G., «Internet en el Ecuador,» Quito, 2013.
- [20] CERES, «Presentación de la iniciativa y actividades de la Red de Pacto Global de Ecuador,» Quito, 2011.
- [21] CIESPAL, «Mapa de medios digitales del Ecuador,» Quito, 2012.

- [22] CONATEL, Reglamento para la administración del Fondo para el Desarrollo de las Telecomunicaciones en áreas rurales y urbano marginales, Quito: Consejo Nacional de Telecomunicaciones, 2010.
- [23] A. Espin, Interviewee, *El 75% de la población tendrá acceso a Internet de banda ancha en 2017*. [Entrevista]. 24 Mayo 2012.
- [24] A. Espin, «Políticas Públicas para la masificación TIC y mejoramiento de Calidad de Vida de los Ciudadanos,» Quito, 2012.
- [25] S. Fernández Pita, Determinación del tamaño muestral, Coruña, 1996.
- [26] D. Hajj Aboumrad, «Informe corporativo de Responsabilidad Social Empresarial,» América Movil, México, 2011.
- [27] MPEC, «Guía de aplicación de los sellos Hace Bien y Hace Mejor,» Min. de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, Quito, 2010.
- [28] MINTEL, «Mintel,» 5 Junio 2013. [En línea]. Available: <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/mintel-promueve-programas-que-protecten-el-medio-ambiente/>.
- [29] N. Malhotra, Investigación de Mercados, México: Prentice Hall, 2008.
- [30] M. León, «El 'buen vivir': objetivo y camino para otro modelo,» Agosto 2008. [En línea]. Available: [http://www.socioeco.org/bdf/es/corpus\\_document/fiche-document-651.html](http://www.socioeco.org/bdf/es/corpus_document/fiche-document-651.html).
- [31] P. Páez Pérez, «El Modelo Económico en la Revolución Ciudadana,» Quito, 2008.
- [32] A. Quezada Pavón, «El mito de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el Ecuador,» *Diario el Telégrafo*, p. 1, 12 Diciembre 2012.
- [33] SENPLADES, Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013, Quito: Resolución No. CNP-001-2009., 2009.
- [34] SENPLADES, Planificación Estratégica del Ministerio de Medio Ambiente, Quito, 2007.
- [35] M. Torresano, «Estudio de Responsabilidad de Empresas del Ecuador,» Noción Imprenta, Quito, 2012.
- [36] A. Valdiviezo, «Ecuador Digital 2.0,» de *Modelo Estrategia Ecuador Digital*, Quito, 2012.
- [37] J. Viteri Moya, «Responsabilidad Social,» Quito, Universidad Tecnológica Equinoccial, 2010, pp. 99-115.
- [38] A. Kymberly, Política pública y la promoción de la responsabilidad social empresarial, California: Escuela de Relaciones Internacionales y Estudios del Pacífico, 2009.
- [39] ProHumana, «Responsabilidad Social Empresarial en Chile,» Santiago de Chile, 2000.
- [40] J. Torres, «Conectividad Social en Ecuador,» Quito, 2012.
- [41] Asamblea, Constitución de la Republica del Ecuador, Montecristi: Registro Oficial, 2008.